



Communication et organisation

38 | 2010

Management de l'évaluation et communication

L'Espace Public Contemporain – Approche info-communicationnelle de Bernard Miège

Grenoble : PUG, Collection Communication Médias et Sociétés. 2010, 227 p. 22 €

Namoin Yao



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1532>

ISSN : 1775-3546

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2010

Pagination : 223-226

ISBN : 978-2-86781-743-4

ISSN : 1168-5549

Référence électronique

Namoin Yao, « L'Espace Public Contemporain – Approche info-communicationnelle de Bernard Miège », *Communication et organisation* [En ligne], 38 | 2010, mis en ligne le 01 décembre 2010, consulté le 01 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1532>

L'Espace Public Contemporain

Approche info-communicationnelle

de Bernard MIÈGE⁰¹

Grenoble : PUG, Collection Communication Médias et Sociétés.

2010, 227 p. 22€

Parmi les auteurs ayant publié autour du concept d'Espace Public, Jürgen Habermas demeure l'un des plus célèbres avec Emmanuel Kant et Hannah Arendt. Sa thèse intitulée *L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise* (1962) a été l'objet de plusieurs interprétations et de discussions concernant les sociétés dites démocratiques. Toutefois, malgré ces riches contributions, la vision de l'espace public demeure fortement normative et liée à la philosophie politique : très peu de sociologues et de spécialistes en communication s'y sont intéressés.

Pourtant, d'après Bernard Miège, la question de la sphère publique est éminemment communicationnelle. Aussi, en critiquant et en discutant les travaux phares d'Habermas (sur l'espace public et la rationalité communicationnelle), il propose d'inscrire sa réflexion sur la contemporanéité des formes observables pour plusieurs raisons. D'abord, l'universel (ou l'universalisme) et la normativité du concept ne suffisent plus pour l'étudier et l'analyser dans une perspective info-communicationnelle. La compréhension des enjeux actuels induit une contextualisation de l'espace public dans un cadre politique, culturel, sociétal et économique bien délimité comme l'exigent par ailleurs les SIC ou les études médiatiques. Ensuite, la formation d'un espace public ne se limite pas uniquement aux sociétés à régime démocratique. Des différences significatives sont à observer selon les pays et l'espace public ne peut plus être pensé comme étant homogène. Enfin, l'espace public est le fruit d'une construction sociale et sa configuration est en lien avec les sociétés dans lesquelles il se développe. Par conséquent, Bernard Miège se démarque d'une vision transhistorique et normative du concept.

Ainsi, l'idée principale soutenue par l'auteur concernant la contemporanéité des réflexions émanant des espaces publics est argumentée tout au

01. Professeur émérite en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université Stendhal – Grenoble3.

long des sept chapitres du livre qui traitent des repères socio historiques et géopolitiques de l'espace public, sur ses composantes centrales à savoir : les débats et les discussions. Il aborde également la question de la médiation (ou des médiations), des médias, des nouveaux médias et du hors médias ainsi que les problématiques liées aux cadres contemporains, aux dimensions sociétales et politiques avec la contribution des auteurs comme Roger Bautier et Hélène Romeyer.

A l'aune de ses analyses basées sur des observations empiriques (grâce à des méthodologies issues des Sciences humaines et sociales), Bernard Miège vient à considérer l'espace public comme une « *logique sociale de la communication* » en référence à une théorie de l'action sociale donnant sa place à l'action communicationnelle. Les mutations observées au sein de l'espace public ne sont pas extérieures aux actions humaines et elles ne s'imposent pas aux individus.

C'est au sein de cette logique sociale de la communication que s'inscrivent un certain nombre de phénomènes communicationnels parmi lesquels : l'individualisation des pratiques sociales de la communication, la domination marchande des pratiques de communication, l'emprise de la technique, etc. Il remarque également l'apparition « d'espaces publics partiels » qui lui font dire que l'espace public politique tel que pensé par les philosophes du siècle dernier, n'est plus la seule forme observable : dans sa forme contemporaine, on observe une diversification et une fragmentation. L'émergence d'un espace public sociétal prenant en compte les dimensions sociales et environnementales permet de mieux comprendre les enjeux actuels.

Grâce à des observations empiriques, l'auteur montre la manière dont le débat au sein de l'espace public s'est déplacé. Non seulement, celui-ci ne se limite plus uniquement aux salons ou aux clubs littéraires (comme dans les sociétés démocratiques auparavant), mais l'accès à la parole publique devient plus facile grâce aux TIC. Le développement de ces derniers a modifié les modalités de l'échange et de nouveaux espaces ont fait leur apparition.

Une sphère dite sociale s'est créée depuis la moitié du XX^e siècle entre la sphère privée et la sphère publique (les deux distinctions essentielles dans l'œuvre d'Habermas). La communication médiatisée s'est donc accrue au sein de cette « nouvelle » sphère intermédiaire. Les médias concourent activement à l'activation de l'espace public même si les mutations en cours concernant les nouveaux médias et le hors médias demeurent complexes à analyser. Néanmoins, écrit-il « *il faut s'attendre à une relative perte d'influence de leur part dans l'activation de l'Espace public ainsi qu'au brouillage des pistes et au mélange des genres* » (p.128).

Concernant les débats et les discussions (conçus comme composante centrale de l'espace public), Hélène Romeyer, dans sa contribution à l'ouvrage, dissèque de manière très intéressante la situation proposée par trois

dispositifs interactifs.⁰² D'après elle, *Arrêt sur Images* et *L'Hebdo du Médiateur* révèlent deux situations de débats distinctes. Tandis que la première se contente de mettre en scène la discussion et représente des situations du débat, la deuxième propose une situation idéale de discussion et des échanges argumentés. Quant au site web (forum) *Doctissimo*, l'individu constitue la base de l'échange et est également l'acteur principal de l'information. « *Il se retrouve dans la situation inédite d'être à la fois sujet/objet de l'échange, producteur de l'information et récepteur de celle des autres intervenants.* » (p.83).

Ce livre fait une très bonne articulation entre la dimension théorique et conceptuelle des thèses habermassiennes et s'appuie sur d'autres auteurs tout au long de l'argumentation. L'apport empirique est riche grâce aux observations et à la qualité des analyses qui aident à une meilleure compréhension des enjeux actuels de l'espace public. Par conséquent, Bernard Miège actualise ainsi nos représentations de l'espace public dans une société contemporaine et propose de l'écrire au pluriel.

Namoin Yao

02. Il s'agit de deux émissions télévisuelles (*Arrêt sur Images* et *L'Hebdo du médiateur*) et d'un site de forum sur Internet : *Doctissimo*.